

- *Взаимодействие власти, бизнеса и общества: субъекты и посредники*
- *Разделяемые эмоции в современных формах повседневных интеракций*
- *Религиозное присутствие в иммиграционной политике Европейского Союза*

УДК 316.334

Взаимодействие власти, бизнеса и общества: субъекты и посредники

Л. Г. Титаренко, доктор социологических наук, профессор*

Рассматриваются отношения трех основных субъектов социального взаимодействия — власти, бизнеса, гражданского общества. Наличие у этих институтов разных интересов создает возможности противоречий в решении важных социальных проблем и требует развития института посредников, которые бы способствовали поиску компромиссных решений между указанными субъектами, не ущемляя ни одного из них. На примере Минска показано, что GR-услуги необходимы для эффективной институциональной среды, тогда как на практике они недостаточно развиты.

Ключевые слова: интересы, власть, бизнес, гражданское общество, GR-услуги, диалог, институциональная среда.

Interaction between the Authorities, Business and Society: Subjects and Mediators

L. G. Titarenko, Doctor of Sociology, Professor

Relationship between three main subjects of social interaction — authorities, business, civil society — are discussed. The existence of different interests of these institutions creates a possibility of contradictions in making decisions related the important social problems. It makes necessary to develop the institution of mediators to assist in searching the compromise settlements between these subjects without infringing their interests. By the example of Minsk city it is shown that GR services are necessary for effective institutional environment, while these services are not well developed.

Keywords: interests, authorities, business, civil society, GR-services, dialogue, institutional environment.

В рамках современных представлений о динамическом развитии общества для успешного взаимодействия разных субъектов общества необходимо наличие определенной благоприятной институциональной среды, которая позволяет наладить успешное взаимодействие этих субъектов, предоставляя им необходимые ресурсы, средства взаимодействия.

В структуре институциональной среды взаимодействия субъекты обладают разной силой и возможностями выражать свои интересы. В настоящее время во многих обществах, включая белорусское, власть играет главенствующую роль, т. е. оказывает важное влияние на институциональные изменения. От нее в первую очередь зависит, будет ли эта среда благоприятной для развития бизнеса и экономики, а также будет ли активно участвовать в этом взаимодействии гражданское общество. Та-

ким образом, потенциально в любое взаимодействие, непосредственно касающееся развития институциональной среды, могут включаться три главных субъекта: власть (в лице органов государственного и местного управления), бизнес (бизнес-ассоциации и отдельные предприниматели и фирмы) и гражданское общество (общественные организации, движения, активисты, общественные деятели, отдельные граждане). Каждая сторона имеет свои интересы, хотя объективно все субъекты заинтересованы в успешном и экономически эффективном развитии общества.

В организацию процесса этого взаимодействия также включаются субъекты PR и GR, т. е. лица и организации, способные взять на себя роль посредников в продвижении интересов той или иной стороны, в достижении между ними согласованных решений. В постсоветских странах, прежде

* Профессор кафедры социологии ФФСН БГУ.

всего в силу культурно-исторических условий развития, субъекты взаимодействия (три сектора) не обладают в полной мере необходимыми знаниями культуры взаимодействия, переговорного разрешения конфликтов и других спорных вопросов, которые постоянно возникают в любом обществе. Необходимы специальная квалификация, компетенции, позволяющие на основании знаний всех трех сфер и специфики их интересов уметь находить компромиссные решения, в конечном счете направленные на развитие всего общества и улучшение качества жизни граждан. При этом не последнюю роль играют так называемые культура посредничества и культура принятия управленческих решений, в рамках которых каждая сторона берет на себя социальную ответственность за принятые решения и их реализацию.

Бизнес-структуры более всего заинтересованы в продвижении своих экономических интересов, граждане — в отстаивании своих прав и социальной справедливости (что особенно актуально для социально ориентированной Беларуси). Общим сторонам бывает сложно находить общий язык между собой, не говоря уже о взаимодействии с главным игроком — властными структурами, которые уже в силу своей роли более консервативны, чем другие игроки, и более обременены бюрократическими рутинными процедурами, о которых много писали философы, социологи, экономисты [1; 2; 3; 4].

Поскольку власть, заинтересованная в поддержании стабильности общества и самой себя, обладает преимуществом в этом взаимодействии, поскольку субъекты PR и GR (как коммерческие, так и некоммерческие) прежде всего будут функционировать в интересах продвижения бизнеса и общественных организаций. В рамках такого подхода различные организации бизнеса (ассоциации промышленников и предпринимателей) будут лоббировать именно интересы данного сектора, поскольку они выражают рыночные стремления своих членов в обеспечении благоприятных условий развития рынка, в получении эффективных средств и т. п. Напротив, различные организации гражданского общества, объединяющие граждан, как и отдельные граждане (активисты), будут выражать и отстаивать интересы «третьего сектора», функционируя как посредники взаимодействия трех основных субъектов (власти, бизнеса, общества). Пока еще, как свидетельствуют исследования в области GR-услуг, таких посредников ни в России, ни в Беларуси недостаточно [5, с. 9].

В современной литературе подчеркивается важность развития бизнес-среды для эффективного развития экономики страны. Проблема состоит

в том, что современное государство, какими бы полновластными полномочиями оно ни обладало в той или иной стране, не может без кооперации с рыночным сектором решать такие проблемы, как поддержание благосостояния граждан, развитие инфраструктуры, защита окружающей среды и т. д. Для этого власти необходима координация действий с бизнесом, равно как и реальный учет интересов простых граждан. Забвение этого условия приводит либо к экономическому застою и оттоку капиталов из страны (в случае неучета интересов бизнеса), либо к социальным протестам, как это происходило недавно, например, в Колумбии или Армении, когда бизнес и власть договаривались между собой, не принимая во внимание интересы простых граждан и игнорируя возможности GR.

Таким образом, в системе взаимосвязи бизнеса, власти и гражданского общества необходимы посредники. Власть заинтересована в развитии диалога с бизнесом и гражданским обществом, поскольку экономика страны и поддержание стабильности зависят сегодня от уровня эффективности взаимодействия всех институтов [6]. Ассоциации и другие организации бизнеса могут и должны лоббировать его интересы посредством диалога с властью, проведения публичных форумов, пропаганды своих целей в СМИ, включая интернет-сайты, социальные сети и т. п. Наконец, общественные организации и активисты представляют гражданское общество и участвуют в поддержке интересов разных социальных групп. Гражданское общество, понимаемое как арена, «где самоорганизующиеся группы, движения и индивиды, относительно автономные от государства, пытаются выражать ценности, создавать ассоциации и солидарности и продвигать свои интересы» [7, р. 7], должно активно включаться во взаимодействие с властью и бизнесом при решении всех важных проблем общества. Свободные СМИ, лоббистские организации, негосударственные фирмы, представляющие гражданское общество, могут внести значимый вклад в развертывание диалога между властью и бизнесом.

Рассмотрим примеры взаимодействия институтов власти, бизнеса и гражданского общества с использованием посредников (т. е. GR-услуг) на примере г. Минска. В Беларуси процесс становления и функционирования коммуникативного взаимодействия органов власти, представителей бизнеса, горожан развивается главным образом в Минске. Его развитие требует наличия и привлечения к этой деятельности специалистов в области GR-услуг. Пока еще эти услуги в Беларуси находятся на промежуточной ступени развития,

и доминирующая позиция остается за властью, от которой зависит принятие решения по тому или иному обсуждаемому вопросу с привлечением представителей институтов рынка и / или гражданского общества. Именно поэтому так важно развивать как культуру взаимодействия разных субъектов (обучать ей представителей всех заинтересованных сторон, культивировать институт посредников, пропагандировать в обществе знания об институциональной среде, климате успешного взаимодействия и т. п.), так и собственно рынок GR-услуг (институты, организации, отдельные лица, подготовленные для эффективной посреднической деятельности между основными субъектами взаимодействия).

Среди бизнес-союзов и организаций столицы особо выделим Минский союз предпринимателей и работодателей, который, являясь организацией бизнеса как элемента успешного функционирования бизнес-среды, непосредственно включен в создание и развитие ее второго важного элемента — институтов, или культуры ведения бизнеса [4, с. 28]. Непосредственно при поддержке данного союза в Минске было учреждено 22 центра поддержки предпринимателей, ряд газет и журналов, которые являются активными агентами GR-деятельности и участвуют в разработке ежегодных Национальных платформ белорусского бизнеса — программы его развития, в которой определяются его стратегия, цели и задачи. О важности Национальной платформы как условия взаимодействия власти и бизнеса свидетельствует такой факт: хотя в 2014 г. лишь 8 % бизнесменов состояли в бизнес-союзах, 26,5% представителей малых и средних предприятий знали о Национальной платформе [8, с. 15], а оказывали ей полную поддержку более трех четвертей всех бизнесменов [8, с. 17].

Практический интерес представляет выявление факторов успешного диалога бизнеса и власти. Эти факторы включают эффективное законодательство, в котором механизм диалога представлен как обязательный, а также хорошо развитую бизнес-среду, т. е. институты и организации. По мнению Д. Норты, указанные компоненты (институты и культура, а также организации, поддерживающие функционирование институтов) представляют основу бизнес-среды [4]. Эти условия, или компоненты, имеют место в Минске, однако это не означает, что они эффективно используются на практике. По мнению В. Н. Карягина, председателя Минского столичного союза предпринимателей и работодателей и председателя президиума Республиканской конфедерации предпринимательства, для успешного бизнеса пока не хватает ни GR-деятельности, ни развитой системы диало-

говых площадок, которые должны быть в каждом районе города, каждой сфере бизнеса, т. е. лоббизма. На открытии в Минске XVI Ассамблеи деловых кругов, где был представлен проект Национальной платформы бизнеса Беларуси-2015 «Структурная модернизация бизнеса и власти», В. Н. Карягин, ссылаясь на указания Президента о необходимости диалога власти и бизнеса, отметил: *«У нас есть традиционные союзники — это министерства экономического блока, но целый ряд министерств по-прежнему саботирует диалог бизнеса и власти — и в общественно-консультативных советах, и с точки зрения учета мнения предпринимателей»* [9]. В целом, однако, он выразил уверенность, что диалог бизнеса и власти в Минске постепенно развивается и принесет хорошие результаты.

Для оценки факторов успешности диалога обратимся к мнениям представителей его сторон, выявленным опросными методами. Приведем данные, полученные в ходе исследования, проведенного Минским НИИ социально-экономических проблем в мае 2014 г. [см. 10]. Были выделены три группы респондентов, которые соответствуют трем социальным субъектам действия: руководители, предприниматели и обычные граждане. Первые два субъекта непосредственно включены в организацию диалога бизнеса и власти в столичном регионе. Третий субъект (обычные граждане) репрезентирует гражданское общество в целом. Данные опроса не репрезентативны (82 руководителя, 63 предпринимателя, 933 минчанина с иным социально-профессиональным статусом), однако они позволяют представить палитру оценок деятельности Минского горсовета с позиций разных участников взаимодействия и выявить факторы, влияющие, по их мнению, на успешность диалога.

Первый фактор, влияющий на степень успешности диалога бизнеса и власти, — осведомленность участников диалога о деятельности Минского городского Совета депутатов как представительного органа местного самоуправления. Совет депутатов, являясь законодательным органом городского уровня, утверждает бюджет, распределяет и перераспределяет средства, оказывает поддержку в реализации столичных программ и планов мероприятий по актуальным направлениям развития городской среды. Бизнесу, чтобы наладить диалог с властью, используя возможности городского органа власти, нужна точная информация о его деятельности. Полученные ответы свидетельствуют (табл. 1), что потенциал этого фактора реализуется не в полной мере: почти треть респондентов не знает, чем занимается Совет депутатов, многие затруднились с ответом.

Таблица 1. Информированность о деятельности Минского горсовета

Известно ли Вам о деятельности Минского городского Совета депутатов?	Руководители	Предприниматели	Простые минчане
Да, мне хорошо известны полномочия и направления деятельности	12,8	12,7	10,4
Да, я кое-что знаю о деятельности депутатов	46,2	34,5	38,0
Нет, практически не знаком(а) с деятельностью Минского горсовета	28,2	34,5	34,9
Затрудняюсь ответить	12,8	18,3	16,7

Второй фактор — заинтересованное участие в процессе формирования местных органов власти, которые можно использовать для выдвижения в депутаты представителей бизнеса. Наиболее доступная легитимная форма такого участия — это выборы. Таблица 2 показывает распределение ответов респондентов на вопрос о том, принимали ли они участие в выборах депутатов Минского горсовета.

Как видим, электоральная активность минчан достаточно высока, в то время как каждый третий предприниматель «не видит смысла участвовать» в формировании местных органов власти. Доля положительных ответов на поставленный вопрос отражает степень актуализации второго фактора: для руководителей — 80,5 %, предпринимателей — 66,1 %.

Таблица 2. Участие респондентов в выборах депутатов Минского горсовета

Участие в выборах депутатов в Минский горсовет	Руководители	Предприниматели	Простые минчане
Да	80,5	66,1	69,0
Нет	19,5	33,9	31,0

Третий фактор — отношение к работе Минского горисполкома (МГИК). Чем лучше это отношение, тем выше кредит доверия представителей данной группы к столичной исполнительной власти (табл. 3).

Четвертый фактор — активность экономического поведения рассматриваемых субъектов. Выяснялась готовность найти подработки, умень-

шить и рационализировать расходы, снизить уровень материальных потребностей и т. п.

Для группы руководителей получено значение активности экономического поведения 0,45; для группы предпринимателей — 0,65; для обычных минчан — 0,15 (табл. 4). Наибольшую активность проявили руководители, минимальную — простые граждане.

Таблица 3. Оценка работы Минского горсовета

Общая оценка работы Минского городского исполкома	Руководители	Предприниматели	Простые минчане
Положительная	20,0	11,5	15,6
Скорее положительно	42,5	54,1	39,4
Скорее отрицательно	3,8	8,2	9,0
Отрицательно	6,3	3,3	5,0
Затрудняюсь ответить	27,4	22,9	31,0

Таблица 4. Самооценка материального положения респондентами

Самооценка материального положения	Руководители	Предприниматели	Простые минчане
Хорошее	20,7	12,7	4,5
Скорее хорошее	32,9	39,7	11,9
Среднее	37,8	42,9	53,6
Скорее плохое	6,1	3,2	17,8
Плохое	0,0	0,0	9,9
Затрудняюсь ответить	2,5	1,5	2,3

Пятый фактор — самооценка материального положения субъектов (табл. 4). Она важна, так как хорошее материальное положение является необходимой финансовой основой для налаживания конструктивного диалога и эффективного взаимодействия бизнеса и власти. Хорошее материальное положение создает позитивные социально-психологические предпосылки для выстраивания стратегических, долгосрочных отношений с партнерами в условиях финансово-экономической стабильности и защищенности в сфере бизнес-контактов. Чтобы финансировать свои проекты и активно отстаивать свои интересы в диалоге с властью, бизнес должен быть достаточно независим от нее материально.

Показатель самооценки материального положения, рассчитанный по 5-бальной шкале, выявил большую разницу между руководителями и предпринимателями, с одной стороны (3,7 и 3,63 балла соответственно), и обычными гражданами (2,83 балла), с другой. Такой разрыв свидетельствует о большой социальной дифференциации минчан.

Наконец, был замерен фактор социального настроения субъектов диалога, который важен для организации взаимодействия сторон в спокойной обстановке. Значения показателя социального настроения, измеренные по шкале от -1 (напряженное) до $+1$ (спокойное), показали, что наиболее позитивно настроены руководители (0,507), тогда как наименее всех на позитив настроены горожане ($-0,451$) и предприниматели ($-0,347$). Получается, что предприниматели и горожане не могут обсуждать общие проблемы с властью в одном ключе. Дальнейший поиск организации их диалога требует действия компетентных посредников.

Расчет силы влияния всех факторов в единой системе координат позволил сконструировать их рейтинг для каждой группы. Поскольку интересы бизнеса, власти и граждан не идентичны, рейтинги влияния факторов у бизнеса и власти не совпадают. Для власти главное — это успешно прове-

денные выборы и позитивные социальные настроения горожан, а для бизнеса — активное экономическое поведение, собственное материальное благосостояние. Но основная проблема — взаимное недоверие власти и бизнеса. Реальный способ разрешения этого противоречия — выстраивание положительных практик в совместной проектной деятельности, контакты. С учетом возможностей современных посреднических услуг можно резюмировать, что бизнесу и власти необходимо целенаправленно формировать позитивные стереотипы взаимного восприятия, более активно задействовать GR-технологии и их агентов. Совместная деятельность субъектов диалога на всех уровнях, их открытость в обсуждении проблем может помочь снизить существующее ощущение напряженности социальных настроений в группе предпринимателей и активизировать представителей этой группы для вовлеченности в процесс формирования местных органов власти.

Если первое исследование оценивало факторы эффективности диалога, связанные с властью, то второе исследование предоставило возможность оценить факторы успеха во взаимоотношении бизнеса и власти со стороны представителей малого и среднего бизнеса. Опрос был осуществлен исследовательским центром ИПМ в 2014 г. Всего в опросе участвовало 431 предприятие малого и среднего бизнеса. Поскольку число таких предприятий в Беларуси огромно, коллективное отстаивание их интересов представляется наиболее эффективным. Целью опроса была оценка деятельности бизнес-союзов как посредников в развитии конструктивного диалога между бизнесом и властью в условиях, когда органы власти декларируют свое желание активизировать этот диалог и возлагают на частный бизнес большие ожидания в сфере подъема экономики. Как ни странно, около 40 % опрошенных заявили, что бизнес-союзы не способны решать проблемы, поэтому они предпочитают отстаивать свои интересы индивидуально. Две трети респондентов негативно оценили

уровень диалога между бизнес-союзами и органами власти. При этом 42,6 % указали на свою слабую информированность об активности бизнес-союзов [8, с. 6]. Таким образом, важным фактором успеха диалога выступает уже выявленный в первом опросе уровень информированности о деятельности субъектов диалога, только в первом опросе речь шла об органах власти, а во втором — о бизнесе.

Второй выявленный фактор — уровень удовлетворенности диалогом власти и бизнеса. На прямой вопрос об удовлетворенности уровнем диалога между бизнесом и органами власти только 30,9 % респондентов (как членов союзов, так и нет) ответили позитивно [8, с. 7]. Несмотря на то что эта цифра невысока, позитивная динамика в сравнении с 2013 г. составила более 10 %. Эта динамика позволяет предположить, что при наличии реальных успехов в диалоге власти и бизнеса (обсуждение новых законов до их передачи в Парламент, участие в контроле за выполнением властью собственных решений, касающихся развития бизнеса), а также высокой информированности об этих успехах представителей бизнес-среды уровень удовлетворенности может существенно вырасти, и больше ее представителей станет членами бизнес-союзов и включится в диалог. Эта цель требует переформатирования диалоговых площадок, создания новых совместных экспертных советов власти и бизнеса, включения представителей бизнеса в органы городской исполнительной власти, работу по совершенствованию законодательства и т. п.

Примером успешного информирования о деятельности бизнес-союзов является знание бизнес-среды о Национальной платформе бизнеса: среди членов бизнес-союзов ее знали 61,8 %. Судя по опросу, мнение предпринимателей об эффективности и роли Национальной платформы бизнеса в улучшении бизнес-климата в Минске очень высокое. Однако пока еще бизнес-союзы остаются уделом меньшинства. Поэтому есть значительный простор для развития профессиональных GR-агентов, улучшения информированности населения (и особенно бизнеса) об их деятельности, роста количества оказываемых ими услуг для самого бизнеса. Все это способствует формированию «институциональной среды для регулярных контактов представителей органов власти (различных уровней) с бизнес-сообществом» [8, с. 22].

Резюмируем. Сложившаяся практика взаимодействия власти, бизнеса и гражданского общества

в Беларуси, рассмотренная на примере г. Минска, демонстрирует, что эти субъекты деятельности несколько расходятся в понимании факторов, которыми определяется успех их диалога. При этом все группы признают важность GR-деятельности и ее агентов в налаживании успешного взаимодействия, необходимого для решения социальных проблем города и страны. Косвенным образом данный вывод вновь подтверждает, что назрела необходимость в более активном развитии GR-деятельности, способствующей росту уровня понимания между субъектами взаимодействия и совершенствованию всей институциональной среды.

Список цитированных источников

1. *Weber, M.* Wirtschaft und Gesellschaft / M. Weber. — Köln, 1964.
2. *Olson, M.* The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups / M. Olson. — Harvard, 1971.
3. *Offe, C.* The Divergent Rationalities of Administrative Action / C. Offe // Social Theory: Roots and Branches: readings // ed. P. Kivisto. Los-Angeles, 2000. — P. 376—381.
4. *Норт, Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. — М., 1997.
5. *Грибанова, Г. И.* Базовые понятия и концепции GR / Г. И. Грибанова // Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ / под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, Л. Г. Титаренко. — Минск, 2015. — С. 6—16.
6. О Программе государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2013—2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 декабря 2012 г. № 1242 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=5/36745>. — Дата доступа: 20.06.2014.
7. *Linz, J.* Problems of Democratic Transition and Consolidation / J. Linz, A. Stepan. — Baltimore, 1996.
8. *Скриба, А.* Деятельность бизнес-союзов в результатах опроса белорусских МСП и перспективные направления ее развития / А. Скриба. — Минск, 2014.
9. Владимир Карягин: Надеюсь, что готовность государства к диалогу «бизнес—власть» — не декларация // Eurobelarus [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://eurobelarus.info/news/economy/2015/03/05/vladimir-karyagin-nadeemsa-cto-gotovnost-gosudarstva-k.html>. — Дата доступа: 25.03.2015.
10. *Кобяк, О. В.* Факторы успешного диалога бизнеса и власти в Минске / О. В. Кобяк, Л. Г. Титаренко // Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ / под ред. В. В. Грибанова, И. В. Сидорской, Л. Г. Титаренко. — Минск, 2015. — С. 76—84.

Дата поступления в редакцию: 22.06.2015 г.